



## **Designing a visualization model with an environmental management approach in the social security organization**

Saeed Mazandarani<sup>1</sup>, Taraneh Enayati<sup>2\*</sup>, Kiomars Niazazari<sup>3</sup>

Received date: 1401/03/21      Acceptance date: 1401/04/14

### **Abstract**

Organizational image as one of the most valuable assets of any organization is the result of the opinions and thoughts of people both inside and outside the organization, the awareness and understanding of which helps managers in preparing plans, strategies of the organization and gaining a sustainable competitive advantage. Therefore, the aim of the research was to design a visualization model with an environmental management approach in the social security organization. The present research is applied in terms of purpose and descriptive-correlation in terms of the adopted method. In the first step, factors affecting visualization were identified based on interviews with 11 academic and organizational experts. The output of this stage was 25 components in the form of 5 dimensions (organizational identity, organizational reputation, tangible symbols and signs, employees facing customers, service level). Then, in the second step, the identified dimensions were leveled with interpretive structural modeling method and clustered with MICMAC analysis, which was analyzed using Excel software. The results showed that the dimension of organizational identity is at the first level and the dimensions of organizational reputation, symbols and tangible signs, employees facing customers, and service level are at the second level, and the dimension of organizational identity is in the dependent cluster and dimensions of organizational reputation, symbols and tangible signs, customer-facing staff, and service level are placed in the independent cluster.

**Keywords:** Visualization, Environmental Management, Social Security, Structural Interpretation, MICMAC.

---

1 - PhD student, Department of Educational Management, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran Email: tenayati@yahoo.com

2 - Associate Professor, Department of Educational Management, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran (Corresponding Author)  
Email: maz22@yahoo.com

3 - Professor, Department of Educational Management, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran Email: K.niazazari@gmail.com

## طراحی مدل تصویرسازی با رویکرد مدیریت زیست محیطی در سازمان تامین اجتماعی

سعید مازندرانی<sup>۱</sup>، ترانه عنایتی<sup>۲</sup>، کیومرث نیازآذری<sup>۳</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۲۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۰۱

### چکیده

تصویر سازمانی به عنوان یکی از ارزش‌ترین دارایی‌های هر سازمان، برآیند نظرها و تفکرات افراد چه در داخل و چه در خارج از سازمان است که آگاهی و شناخت از آن، مدیران را در تدوین برنامه‌ها، راهبردهای سازمان و کسب مزیت رقابتی پایدار یاری می‌رساند، بنابراین هدف پژوهش طراحی مدل تصویرسازی با رویکرد مدیریت زیست محیطی در سازمان تامین اجتماعی بود. تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و بر اساس روش، توصیفی-همبستگی می‌باشد. در گام اول عوامل مؤثر بر تصویرسازی بر اساس مصاحبه با ۱۱ نفر از خبرگان دانشگاهی و سازمانی، شناسایی شدند. خروجی این مرحله ۲۵ مؤلفه در قالب ۵ بعد (هویت سازمانی، شهرت سازمانی، نمادها و علائم ملموس، کارکنان رو در رو با مشتری، سطح خدمات) بود. سپس در گام دوم ابعاد شناسایی شده با روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری سطح‌بندی و با تحلیل میک‌مک خوشه‌بندی شدند که برای تحلیل آن از نرم‌افزار اکسل استفاده شد. نتایج نشان دادند بعد هویت سازمانی در سطح اول و ابعاد (شهرت سازمانی، نمادها و علائم ملموس، کارکنان رو در رو با مشتری و سطح خدمات) در سطح دوم قرار دارند و بعد هویت سازمانی در خوشه وابسته و ابعاد (شهرت سازمانی، نمادها و علائم ملموس، کارکنان رو در رو با مشتری و سطح خدمات) در خوشه مستقل قرار گرفته‌اند.

**کلید واژه‌ها:** تصویرسازی، مدیریت زیست محیطی، تامین اجتماعی، ساختاری تفسیری، میک‌مک.

---

۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت آموزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران. ایمیل: tenayati@yahoo.com  
۲- دانشیار، گروه مدیریت آموزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران. (نویسنده مسئول) ایمیل: maz22@yahoo.com  
۳- استاد، گروه مدیریت آموزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران. ایمیل: K.niazazari@gmail.com

## مقدمه

در عصر حاضر سازمان‌ها برای جلب رضایت مشتریان خود، بهبود در کیفیت خدمات را تنها به یک سری از ویژگی‌ها و مشخصات محدود نمی‌کنند بلکه معتقدند باید عامل زیست محیطی را نیز در کیفیت خدمات خود لحاظ کنند (قاسمی نامقی و صادقی، ۱۴۰۱). بنابراین امروزه بقا و فنای هر سازمانی به تعامل آن با محیط بستگی دارد و تصویر سازمانی هر سازمان نقش به‌سزایی در جلب حمایت محیطی دارد (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۶). تصویر سازمانی ارزیابی کلی از دیدگاه افراد در مورد یک سازمان است. (رویام<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷). بسیاری از سازمان‌ها زمان و منابع بسیاری را صرف ایجاد تصویری تاثیرگذار از خود می‌کنند، زیرا هرگاه سازمانی تصویر مثبتی داشته باشد، ذی‌نفعان و مشتریان آن، تصمیم‌های آن سازمان را مثبت تلقی خواهند کرد، در حالی که اگر این افراد در ذهن خود تصویری منفی از آن سازمان داشته باشند، عملکرد آن سازمان نزد آن‌ها تحت تاثیر برداشته‌های منفی خواهد بود (دامند و مہمی، ۱۳۹۷). در واقع، تصویر سازمانی مثبت باعث بهبود عملکرد سازمان می‌شود (اسواتی<sup>۲</sup> و آرچانا<sup>۳</sup>، ۲۰۱۹). لذا مدیران سازمان‌ها می‌بایست تصویر سازمان خود را در اذهان مشتریان در راستای تحقق اهداف سازمان ارتقاء دهند (کلهر، ۱۳۹۳). در ایران سازمان‌های بسیاری وجود دارند که از نوع خدماتی هستند و به مشتریان خود خدمات متنوعی را ارائه می‌دهند (حاجی حسنی و همکاران، ۱۳۹۶). یکی از مهم‌ترین سازمان‌های خدماتی، سازمان تامین اجتماعی می‌باشد که نزدیک به نیم قرن از فعالیت آن می‌گذرد، ولی ما همچنان شاهد عدم تحقق اهداف تامین اجتماعی در دو عرصه بیمه‌ای و درمان هستیم (سلیمانی و همکاران، ۱۳۹۹). بنابراین لزوم توجه به تصویرسازی سازمان تامین اجتماعی امری جدی و ضروری برای رسیدن به اهداف سازمانی است، لذا هدف تحقیق حاضر طراحی مدل تصویرسازی با رویکرد مدیریت زیست محیطی در سازمان تامین اجتماعی می‌باشد.

---

1 - Ruyam  
2 - Swati  
3 - Archana

## ادبیات و پیشینه تحقیق

در اوایل دهه ۵۰ قرن بیستم میلادی، محققان نظریه تصویر سازمانی را بیان کردند (وثوقی نیری و همکاران، ۱۳۹۶). یکی از اولین تعاریف تصویر سازمانی توسط کاتلر (۱۹۷۵) با رویکرد اعتقادی و نگرش در مورد سازمان ارائه شده که عبارت است از: مجموع باورها، عقاید و برداشت‌هایی که فرد از یک شی دارد (گارسیا<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۱). امروزه تصویر سازمانی، به‌عنوان یکی از مفاهیم بنیادی در مدیریت رفتار سازمانی مطرح شده که از آن به‌عنوان توجیهی واضح برای دلایل رفتار و عملکرد کارکنان در سازمان یاد شده است (پاتلان<sup>۲</sup> و مارتینز<sup>۳</sup>، ۲۰۱۷). تصویرسازمانی را می‌توان به‌عنوان ادراکات اعضای سازمان درباره اینکه خارجی‌ها سازمان را چگونه مشاهده می‌کنند، در نظر گرفت. در مقابل نیز عده‌ای بر این باورند که تصویر سازمانی، بیان‌گر برداشت اعضای سازمان درباره ادراکات دیگران نسبت به سازمان است (دادمند و مهمی، ۱۳۹۷). مدیریت زیست محیطی به معنای مجموعه‌ای از اقداماتی که یک شرکت در رابطه با مسائل زیست محیطی انجام می‌دهد و هدف از انجام این اقدامات، سازگاری با محیط زیست است (رجیبی و همکاران، ۱۳۹۸). مدیریت زیست محیطی ابزاری است که سازمان را قادر می‌سازد تا به سطح مطلوبی از عملکرد زیست محیطی دست یابد و آن را به‌طور نظام یافته کنترل نماید (فیضی، ۱۳۹۱). مطالعات مختلفی در زمینه تصویرسازی سازمانی صورت گرفته است که به برخی از آن‌ها اشاره می‌گردد:

یوسفی و پایدار فرد (۱۳۹۷) معتقدند عوامل اطلاع‌رسانی مناسب، اجرای کامل تعهدات، رشد نسبی مستمر سازمان بر ایجاد تصویر ذهنی مثبت سازمانی در بین مشتریان شرکت آب و فاضلاب تبریز موثر هستند. هاشمی و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیقی نشان دادند مدل تصویرسازی سازمانی در دانشگاه‌ها شامل فعالیت‌های آموزشی، خلاقیت و نوآوری، عوامل محیطی، هویت، ارتباطات، فعالیت‌های پژوهشی، جو سازمانی، امکانات و خدمات، فناوری، شهرت، محیط فیزیکی و سرمایه انسانی می‌شود. وثوقی نیری و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی نشان دادند مدل تصویر سازمانی دانشگاه شامل دوازده بعد دانش‌آموختگان، استادان، مؤلفه‌های آموزشی، گزینش و عوامل بدو ورود به دانشگاه، راهبردها و سیاست‌های کلان دانشگاه، ساختار محیطی و نمادها، زیرساخت‌ها و امکانات آموزشی و رفاهی، شهرت و پیشینه دانشگاه، مؤلفه‌های فرهنگی، مؤلفه‌های تعاملی و روابط

---

1 -Garcia

2 -Patlan

3 -Martinez

عمومی و امور فرهنگی است. عنایتی و دازداری (۱۳۹۳) معتقدند تصویر سازمانی در دانشگاه‌ها شامل ابعاد فناوری دانشگاه، مدیریت، عملکرد بخش پژوهشی، مهارت ارتباطی و رسانه، عملکرد روابط عمومی، محیط فیزیکی و نمادهای دانشگاه، عملکرد آموزش، کیفیت امکانات و خدمات، محیط کار، شهرت و پیشینه دانشگاه، شاخص روابط انسانی، نوآوری، فعالیت‌های فرهنگی و آینده و چشم‌انداز مالی است. دیوانداری و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان شناسایی و ارزیابی عوامل مؤثر بر تصویر سازمانی، نشان دادند چهار متغیر تصویر سازمانی، تصور از کارکنان، تصور از خدمات و تصور از شعب، اصلی‌ترین ابعاد ذهنی برند بانک‌ها بوده و تصویر سازمانی، تحت تأثیر سه عامل دیگر قرار دارد. باقری و عرفانی فر (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان مولفه‌های مؤثر بر تصویر سازمانی دانشگاه امام صادق (ع) نشان دادند هویت و فرهنگ دانشگاه، دانش آموختگان، گزینش و سایر عوامل بدو ورود، شهرت و پیشینه خاص، ویژگی‌ها و عملکرد بخش‌های مختلف، محیط فیزیکی و نمادها، کارکنان در تماس با مخاطبان بیرونی و پوشش رسانه‌ای اخبار و مراسم مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر تصویر این دانشگاه هستند. چپکمی<sup>۱</sup> و جولوس<sup>۲</sup> (۲۰۲۰) معتقدند ارتباطات و رفاه کارکنان، محیط سازمان، مسئولیت‌پذیری، رفتار شهروندی و اخلاقی کارکنان تأثیر مثبتی بر تصویر سازمانی دارند. اوبیاما<sup>۳</sup> (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان مدل سه بعدی پیکربندی تصویر سازمانی، نشان داد هویت سازمانی، ارتباطات سازمانی و بازخورد ابعاد برای پیکربندی تصویر سازمان هستند. فابیو<sup>۴</sup> و اندرسون<sup>۵</sup> (۲۰۱۷) در تحقیقی با عنوان عوامل مؤثر بر تصویر سازمانی از دیدگاه دانشجویان، نشان دادند تصویر سازمانی چند بعدی و به شدت با "کیفیت" آن مرتبط است و "محیط مجازی" بیشترین ارتباط را با تصویر عاطفی دارد. در خصوص تصویرسازی سازمانی، نتایج تحقیقات گذشته بیان‌گر این است که عوامل مختلفی در این زمینه وجود دارند اما تاکنون تحقیقی به عوامل مؤثر بر تصویرسازی با رویکرد مدیریت زیست محیطی در سازمان تامین اجتماعی نپرداخته است.

## روش پژوهش

تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و بر اساس روش، توصیفی-همبستگی می‌باشد. جامعه آماری را ۱۱ نفر از خبرگان دانشگاهی و سازمانی که دارای ویژگی‌هایی نظیر تجربه، تناسب رشته و مدرک تحصیلی، تدریس در دانشگاه، سابقه پژوهشی و

1 -Chepkemei  
2 -Julius  
3 -Obioma  
4 -Fábio  
5 -Anderson

تألیفی در زمینه تصویرسازی سازمانی بودند، تشکیل داده که به روش هدف‌مند و گلوله برفی انتخاب شدند (جدول ۱). این پژوهش در دو گام انجام شده است. در گام اول، از طریق مصاحبه عمیق با خبرگان عوامل مؤثر بر تصویرسازی با رویکرد مدیریت زیست محیطی در سازمان تامین اجتماعی شناسایی شدند (جدول ۲). در گام دوم، به منظور دستیابی به مدل تصویرسازی سازمانی از روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری استفاده شده است که از نرم‌افزار اکسل برای تحلیل استفاده شده است. روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری، یک فرآیند یادگیری تعاملی است که در آن مجموعه‌ای از عناصر مختلف و به هم مرتبط در یک مدل نظام‌مند جامع، ساختاردهی می‌شوند (وارفیلد<sup>۱</sup>، ۱۹۷۴) و به جهت دادن به روابط پیچیده میان عناصر یک مدل کمک می‌کند و با بهره‌گیری از اصول ریاضی و بر پایه نظر متخصصان، امکان شناسایی و تبیین روابط پیچیده بین عناصر مدل را فراهم می‌آورد (فایسال<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۰۶). مراحل انجام این تحقیق به صورت ذیل می‌باشد:

#### گام ۱. شناسایی عوامل مؤثر بر تصویرسازی با رویکرد مدیریت زیست محیطی در سازمان تامین اجتماعی

از طریق برگزاری جلسات مصاحبه با خبرگان عوامل مؤثر بر تصویرسازی با رویکرد مدیریت زیست محیطی در سازمان تامین اجتماعی شناسایی می‌شوند.

#### گام ۲. طراحی مدل تصویرسازی در سازمان تامین اجتماعی

مرحله اول: تشکیل ماتریس خود تعاملی ساختاری: در این مرحله متغیرهای مساله به صورت زوجی با هم مقایسه می‌شوند و با استفاده از نمادهای  $V, X, O, A$  روابط بین متغیرها تعیین می‌شود. و ماتریس خود تعاملی ساختاری به دست می‌آید (جدول ۴).

مرحله دوم: ماتریس دستیابی: در این مرحله، ماتریس خود تعاملی ساختاری به یک ماتریس دودویی تبدیل می‌شود. از این طریق، ماتریس دسترسی اولیه به دست می‌آید. از طریق تبدیل نمادهای  $V, X, O, A$  به صفر و یک برای هر متغیر ماتریس خود تعاملی ساختاری به یک ماتریس دودویی تبدیل شده که به اصطلاح ماتریس دسترسی اولیه خوانده می‌شود (جدول ۵). پس از تشکیل ماتریس دسترسی اولیه با دخیل نمودن انتقال‌پذیری در روابط متغیرها، ماتریس دسترسی نهایی تشکیل می‌شود (جدول ۶).

1 -Warfield

2 -Faisal

مرحله سوم: تعیین روابط و سطح‌بندی بین ابعاد: برای تعیین روابط و سطح‌بندی ابعاد باید مجموعه خروجی‌ها و مجموعه ورودی‌ها برای هر بعد از ماتریس دریافتی استخراج شود. مجموعه خروجی‌ها شامل خود بعد و ابعادی است که از آن تأثیر می‌پذیرد. مجموعه ورودی‌ها شامل خود بعد و ابعادی است که بر آن تأثیر می‌گذارند.

### گام ۳. ترسیم مدل و شبکه تعاملات ابعاد

پس از تعیین روابط و سطح متغیرها می‌توان آن‌ها را به شکل مدلی ترسیم کرد. به همین منظور ابتدا متغیرها برحسب سطح آن‌ها از بالا به پایین تنظیم می‌شوند و با استفاده از سطح‌بندی انجام شده، مدل تصویرسازی سازمانی در تامین اجتماعی ترسیم می‌شود (شکل ۱). در ادامه تحلیل MICMAC انجام می‌شود که هدف از آن، تجزیه و تحلیل قدرت نفوذ و وابستگی متغیرها است (جدول ۸). همان‌طور که در شکل ۲ مشاهده می‌شود ابعاد به چهار خوشه تقسیم شده‌اند. خوشه اول شامل معیارهایی است که دارای میزان نفوذ و وابستگی ضعیف هستند. متغیرهای وابسته در خوشه دوم قرار می‌گیرند که میزان نفوذ ضعیف اما میزان وابستگی بالایی دارند. این ابعاد به طور عمده نتیجه مدل هستند و بدین معنی است که تغییر در سایر عناصر تشکیل دهنده مدل سبب تغییر در این متغیرها می‌گردد. خوشه سوم معیارهای پیوندی قرار دارند که میزان نفوذ و وابستگی قوی دارند. خوشه چهارم شامل معیارهای مستقل است که میزان نفوذ بالایی به همراه میزان وابستگی پایینی دارند (آذر و خسروانی، ۱۳۹۸).

جدول ۱- مشخصات خبرگان (مصاحبه‌شوندگان)

ردیف	محل فعالیت	سازمان	رشته تحصیلی
۱	مشهد	دانشگاه آزاد اسلامی	مدیریت
۲	رشت	دانشگاه آزاد اسلامی	مدیریت
۳	ساری	دانشگاه آزاد اسلامی	مدیریت
۴	تهران	تامین اجتماعی	مدیریت
۵	تهران	دانشگاه تهران	بازاریابی
۶	گنبد کاووس	دانشگاه گنبد کاووس	مدیریت
۷	گرگان	تامین اجتماعی	بازاریابی
۸	گرگان	دانشگاه گلستان	مدیریت
۹	علی آباد کتول	دانشگاه آزاد اسلامی	بازاریابی
۱۰	ساری	تامین اجتماعی	مدیریت
۱۱	مشهد	تامین اجتماعی	مدیریت

## یافته‌ها

بر اساس مصاحبه با خبرگان عواملی که در جدول ۲ آورده شده‌اند، به‌عنوان عوامل مؤثر بر تصویرسازی در سازمان تامین اجتماعی شناسایی شدند. در ادامه به تدوین مدل تصویرسازی در سازمان تامین اجتماعی با استفاده از مدل‌سازی ساختاری تفسیری پرداخته می‌شود.

جدول ۲- ابعاد و مؤلفه‌های تصویرسازی با رویکرد مدیریت زیست محیطی در سازمان تامین اجتماعی بر اساس مصاحبه با خبرگان

ابعاد	مؤلفه‌ها
هویت سازمانی	نام سازمان- آرم سازمان- مشخصه سازمانی
شهرت سازمانی	سبک رهبری در سازمان- اقدامات اطمینان‌آور - اجرای کامل تعهدات- مشتری محور بودن- کاربرد فناوری در سازمان- مسئولیت اجتماعی- عملکرد مالی
نمادها و علائم ملموس	جو حاکم بر سازمان- دکور و نحوه چیدمان وسایل در سازمان- طراحی و نور پردازی- ظاهر ساختمان و سطوح آن- تسهیلاتی مانند پارکینگ و غیره
کارکنان رو در رو با مشتری	مؤدب بودن- وضع ظاهری- طرز برخورد- نوع دوست بودن- اطلاع‌رسانی مناسب- متخصص بودن
سطح خدمات	تنوع خدمات - دسترسی به خدمات - روش‌های ارائه خدمات - قیمت‌های خدمات در سازمان

در ادامه خبرگان با استفاده از جدول ۳ به تعیین روابط بین متغیرها پرداخته و ماتریس خودتعاملی ساختاری در قالب جدول ۴ به دست آمد.

جدول ۳- علائم مورد استفاده در طراحی مدل ساختاری- تفسیری

O	X	A	V
عدم وجود رابطه	رابطه دوسویه	متغیر لبراً تأثیر دارد	متغیر لبراً تأثیر دارد

جدول ۴- ماتریس خودتعاملی ساختاری

ردیف	ابعاد	۱	۲	۳	۴	۵
۱	هویت سازمانی	۱				
۲	شهرت سازمانی		۱			
۳	نمادها و علائم ملموس			۱		
۴	کارکنان رو در رو با مشتری				۱	
۵	سطح خدمات					۱



بر اساس جدول ۴ در صورتی که ورودی  $(i,j)$  (محل تلاقی سطر  $i$  و ستون  $j$ ) در ماتریس خود تعاملی ساختاری  $V$  باشد، در ورودی  $(i,j)$  در ماتریس اولیه یک و در ورودی  $(j,i)$  صفر قرار داده می‌شود، در صورتی که ورودی  $(i,j)$  در ماتریس خود تعاملی ساختاری  $A$  باشد، در ورودی  $(i,j)$  در ماتریس اولیه صفر و در ورودی  $(j,i)$  یک قرار داده می‌شود، در صورتی که ورودی  $(i,j)$  در ماتریس خود تعاملی ساختاری  $X$  باشد در ورودی  $(i,j)$  در ماتریس اولیه یک و در ورودی  $(j,i)$  یک قرار داده می‌شود و در صورتی که ورودی  $(i,j)$  در ماتریس خود تعاملی ساختاری  $O$  باشد در ورودی  $(i,j)$  در ماتریس اولیه صفر و در ورودی  $(j,i)$  صفر قرار داده می‌شود (جدول ۵).

جدول ۵- ماتریس دسترسی اولیه

ردیف	ابعاد	۱	۲	۳	۴	۵
۱	هویت سازمانی	۱	۰	۰	۰	۰
۲	شهرت سازمانی	۱	۱	۱	۱	۱
۳	نمادها و علائم ملموس	۱	۱	۱	۱	۱
۴	کارکنان رو در رو با مشتری	۱	۱	۰	۱	۱
۵	سطح خدمات	۱	۱	۰	۰	۱

در جدول ۶ برای اطمینان باید روابط ثانویه کنترل و انتقال‌پذیری انجام شود. انتقال‌پذیری به معنای آن است که اگر متغیر  $A$  بر  $B$  و  $B$  بر  $C$  تأثیر داشته باشد، در این صورت باید  $A$  نیز بر  $C$  تأثیرگذار باشد.

جدول ۶- ماتریس دسترسی نهایی

ردیف	ابعاد	۱	۲	۳	۴	۵
۱	هویت سازمانی	۱	۰	۰	۰	۰
۲	شهرت سازمانی	۱	۱	۱	۱	۱
۳	نمادها و علائم ملموس	۱	۱	۱	۱	۱
۴	کارکنان رو در رو با مشتری	۱	۱	۱	۱	۱
۵	سطح خدمات	۱	۱	۱	۱	۱

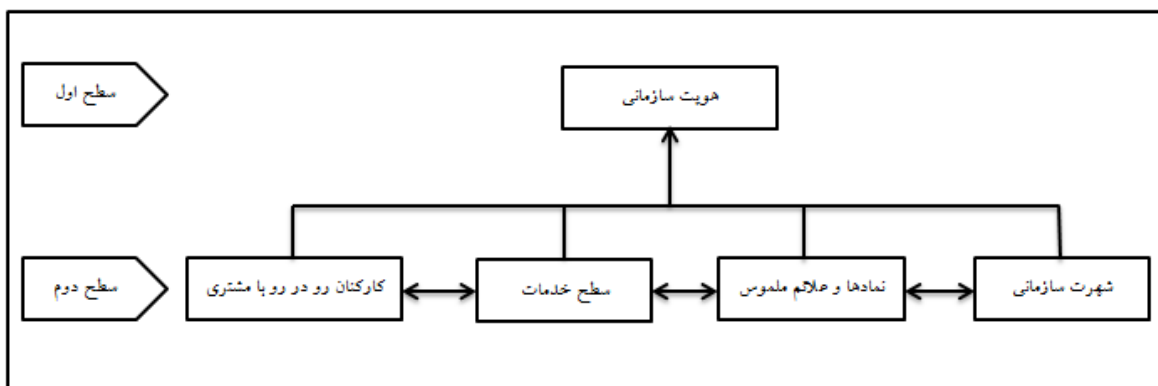
در جدول ۷ پس از تعیین مجموعه‌های ورودی و خروجی، اشتراک این مجموعه‌ها برای هر یک از ابعاد تعیین می‌شود. ابعادی که مجموعه خروجی و اشتراک آن‌ها کاملاً مشابه باشند، در بالاترین سطح قرار می‌گیرند. به‌منظور یافتن اجزای تشکیل‌دهنده

سطح بعدی سیستم، اجزای بالاترین سطح آن در محاسبات ریاضی جدول حذف می‌شود و عملیات مربوط به تعیین اجزای سطح بعدی مانند روش تعیین اجزای بالاترین سطح انجام می‌گردد. این عملیات تا آنجا تکرار می‌شود که اجزای تشکیل دهنده کلیه سطوح سیستم مشخص شوند.

جدول ۷- تعیین سطوح ابعاد مدل تصویرسازی در سازمان تامین اجتماعی

ابعاد	سطرها	ستون ها	اشتراک	سطح
	مجموعه خروجی (اثرگذاری)	مجموعه ورودی (اثرپذیری)		
۱	۱	۵-۴-۳-۲-۱	۱	۱
۲	۵-۴-۳-۲	۵-۴-۳-۲	۵-۴-۳-۲	۲
۳	۵-۴-۳-۲	۵-۴-۳-۲	۵-۴-۳-۲	۲
۴	۵-۴-۳-۲	۵-۴-۳-۲	۵-۴-۳-۲	۲
۵	۵-۴-۳-۲	۵-۴-۳-۲	۵-۴-۳-۲	۲

بر اساس سطح بندی انجام شده در جدول ۷، مدل تصویرسازی با رویکرد مدیریت زیست محیطی در سازمان تامین اجتماعی ترسیم شد. با توجه به مدل ارائه شده در شکل ۱ هرچه متغیر در سطوح پایین تر قرار داشته باشد، از تأثیرگذاری بیشتر و تأثیرپذیری کمتری برخوردار است، لذا می‌توان گفت زیربنای مدل تصویرسازی رویکرد مدیریت زیست محیطی در سازمان تامین اجتماعی ابعاد (شهرت سازمانی، نمادها و علائم ملموس، کارکنان رو در رو با مشتری، سطح خدمات) هستند.



شکل ۱- مدل تصویرسازی با رویکرد مدیریت زیست محیطی در سازمان تامین اجتماعی

در ادامه میزان قدرت نفوذ و وابستگی ابعاد مدل ارائه شده در شکل ۱ به دست می آید. بدین صورت که در جدول ۸، مجموع اعداد سطرها نشان دهنده قدرت نفوذ و مجموع اعداد ستون‌ها نشان دهنده قدرت وابستگی ابعاد می باشند (جدول ۸).

جدول ۸- قدرت نفوذ - وابستگی ابعاد

ابعاد	۱	۲	۳	۴	۵
قدرت نفوذ	۱	۵	۵	۵	۵
قدرت وابستگی	۵	۴	۴	۴	۴

بر اساس شکل ۲، بعد هویت سازمانی در خوشه وابسته، ابعاد (شهرت سازمانی، نمادها و علائم ملموس، کارکنان رو در رو با مشتری و سطح خدمات) در خوشه مستقل قرار گرفته اند، لذا می توان گفت ابعاد مستقل تأثیرگذاری بیشتری در تصویرسازی با رویکرد مدیریت زیست محیطی در سازمان تامین اجتماعی دارد.

قدرت نفوذ	۶					
	۵		مستقل		۲-۳ ۴-۵	پیوندی
	۴					
	۳					
	۲		خودمختار			وابسته
	۱					۱
		۱	۲	۳	۴	۵
		قدرت وابستگی				

شکل ۲- ماتریس قدرت نفوذ-وابستگی

### بحث و نتیجه گیری

اگر چه پژوهش‌های زیادی در حوزه تامین اجتماعی انجام گرفته‌اند ولی پژوهشی که با موضوع تصویرسازی با رویکرد مدیریت زیست محیطی در سازمان تامین اجتماعی انجام نشده است و اغلب تحقیقات انجام شده به ارائه توصیه‌هایی در خصوص ارتقاء برنامه‌ها اکتفا نمودند. هدف این مقاله تصویرسازی با رویکرد مدیریت زیست محیطی در سازمان تامین اجتماعی بود. با توجه به هدف فوق این پژوهش از دو گام تشکیل شده است. در گام اول از طریق مصاحبه نیمه ساختار یافته با ۱۱ نفر از خبرگان دانشگاهی و سازمانی، ۲۵ مؤلفه در قالب ۵ بعد (هویت سازمانی، شهرت سازمانی، نمادها و علائم ملموس، کارکنان رو در رو با مشتری، سطح خدمات) بر تصویرسازی در سازمان تامین اجتماعی شناسایی شدند که بعد هویت سازمانی با نتایج تحقیقات هاشمی و همکاران (۱۳۹۶)، باقری و عرفانی فر (۱۳۸۹) و اویاما (۲۰۱۹) همخوانی دارد. همچنین بعد شهرت سازمانی با نتایج تحقیقات یوسفی و پایدارفرد (۱۳۹۷)، هاشمی و همکاران (۱۳۹۶)، وثوقی نیری و همکاران (۱۳۹۶)، عنایتی و دازداری (۱۳۹۳)، باقری و عرفانی فر (۱۳۸۹)، چپکمی و جولوس (۲۰۲۰) همخوانی دارد. بعد نمادها و علائم ملموس با نتایج تحقیقات هاشمی و همکاران (۱۳۹۶)، وثوقی نیری و همکاران (۱۳۹۶)، عنایتی و دازداری (۱۳۹۳)، باقری و عرفانی فر (۱۳۸۹)، چپکمی و جولوس (۲۰۲۰) و فابو و اندرسون (۲۰۱۷) همخوانی دارد. بعد کارکنان رو در رو با مشتری با نتایج تحقیقات هاشمی و

همکاران (۱۳۹۶)، وثوقی نیری و همکاران (۱۳۹۶)، عنایتی و دازداری (۱۳۹۳)، دیوانداری و همکاران (۱۳۹۰)، باقری و عرفانی فر (۱۳۸۹)، چپکمی و جولوس (۲۰۲۰) و اویاما (۲۰۱۹) همخوانی دارد. بعد سطح خدمات با نتایج تحقیقات هاشمی و همکاران (۱۳۹۶)، وثوقی نیری و همکاران (۱۳۹۶)، عنایتی و دازداری (۱۳۹۳)، دیوانداری و همکاران (۱۳۹۰) و فایو و اندرسون (۲۰۱۷) همخوانی دارد. در گام دوم از نظر خبرگان برای مدل سازی ساختاری تفسیری استفاده شد که نتایج نشان دادند مدل تصویرسازی در سازمان تامین اجتماعی دارای دو سطح می باشد و ابعادی که در سطوح پایین تر قرار دارند از تأثیرگذاری بیشتر و تأثیرپذیری کمتری برخوردار هستند. بنابراین می توان گفت ابعاد (شهرت سازمانی، نمادها و علائم ملموس، کارکنان رو در رو با مشتری و سطح خدمات) زیربنای مدل تصویرسازی با رویکرد مدیریت زیست محیطی در سازمان تامین اجتماعی هستند. همچنین نتایج تحلیل میک مک نیز نشان دادند بعد هویت سازمانی در خوشه وابسته قرار دارد، یعنی به طور عمده نتیجه مدل تصویرسازی سازمانی می باشد و تغییر در سایر ابعاد تشکیل دهنده مدل سبب تغییر در این بعد می گردد. همچنین ابعاد (شهرت سازمانی، نمادها و علائم ملموس، کارکنان رو در رو با مشتری و سطح خدمات) نیز در خوشه مستقل قرار دارند و روی بعد هویت سازمانی تأثیرگذار هستند.

#### با توجه به نتایج به دست آمده، پیشنهادات ذیل ارائه می گردد:

- استفاده از نام سازمانی و آرم سازمانی در جامعه می تواند به هویت سازمانی تامین اجتماعی کمک کند؛

- مدیران سازمان باید تلاش کنند که با کسب موفقیت در عملکرد سازمان و همچنین با توجه به ویژگی های سازمان متبوع خود نظیر مسئولیت اجتماعی، اجرای کامل تعهدات، مشتری مداری و ...، میزان شهرت سازمانی خود را در نزد مردم جامعه افزایش دهند؛

- پیشنهاد می شود محیط فیزیکی سازمان به صورت به روز و زیبا طراحی شود؛

- پیشنهاد می شود نیازهای کارکنان شناسایی شده و آموزش های لازم به آنها برای رو در رو شدن با مشتریان داده شود.

- تنوع بخشی به امکانات، فعالیت ها و خدمات به منظور جلب مشتریان؛

## منابع

- آذر، عادل، و خسروانی، فرزانه. (۱۳۹۸). تحقیق در عملیات نرم. تهران: انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
- باقری، مصباح الهدی، و عرفانی فر، اکبر. (۱۳۸۹). طراحی مدل مولفه های موثر بر تصویر سازمانی دانشگاه امام صادق (ع)، اندیشه مدیریت راهبردی، ۴(۲): ۷۷-۴۳.
- حاجی حسنی، مهناز، باب الحوائجی، فهیمه، و حریری، نجلا. (۱۳۹۶). مطالعه تصویر ذهنی سازمانی کتابداران از کتابخانه های دانشگاه علامه طباطبائی، نظام ها و خدمات اطلاعاتی، ۶(۲): ۸۹-۸۱.
- دادمند، فاطمه، و مهمی، زهرا. (۱۳۹۷). تصویر سازمانی پلیس بر اساس الگوهای ذهنی شهروندان، پژوهش های مدیریت انتظامی، ۱۳(۳): ۳۹۸-۳۸۱.
- دیواندری، علی، الهیاری، اشکان، و براری، مجتبی. (۱۳۹۰). شناسایی و ارزیابی عوامل مؤثر بر تصویر سازمانی با رویکرد تحقیق آمیخته، چشم انداز مدیریت بازرگانی، ۶(۳۹): ۵۲-۳۳.
- رحیمی، فرج اله، مهربانی، علی و اسکندری، یاسر. (۱۳۹۸). تأثیر تعهد زیست محیطی بر نوآوری سبز و عملکرد پایدار با نقش تعدیل کنندگی آموزش زیست محیطی کارکنان در شرکت های پتروشیمی ماهشهر، انسان و محیط زیست، ۱۷(۴): ۳۸-۲۵.
- سلیمانی، عباس، پورعزت، علی اصغر، و اسماعیلی گیوی، محمدرضا. (۱۳۹۹). تصویرپردازی از آینده سازمان تأمین اجتماعی ایران از طریق سناریو پردازی، آینده پژوهی دفاعی، ۵(۱۷): ۱۱۷-۹۳.
- عنایتی، ترانه، و دازداری، مهناز. (۱۳۹۳). شناسایی ابعاد تصویر سازمانی در دانشگاه ها به منظور ارایه مدل، مدیریت سازمانهای دولتی، ۲(۶): ۱۲۰-۱۰۸.
- فضی، مریم. (۱۳۹۱). مروری بر روش های مدیریت زیست محیطی. دومین کنفرانس برنامه ریزی و مدیریت محیط زیست.
- قاسمی نامقی، محمد و صادقی، سعید. (۱۴۰۱). بررسی رابطه مدیریت زیست محیطی بر بهره وری نیروی کار با توجه به نقش تعدیل کننده مدیریت کیفیت در اداره امور مالیاتی استان خراسان رضوی، مدیریت سبز، ۱(۲): ۱۳۶-۱۱۹.
- کلهر، مریم. (۱۳۹۳). شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر ایجاد تصویر ذهنی مثبت مشتریان در بانک ملی ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.
- هاشمی، سید محمود، افجهای، سید علی اکبر، دهقانان، حامد. و خاشعی، وحید. (۱۳۹۶). طراحی مدل تصویرسازی سازمانی دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی با رویکرد ساختاری تفسیری، پژوهش در نظام های آموزشی، ۳۶.
- و توفی نیری، عبدالله، شاطری، سعید، بارانی، صمد، مهری، داریوش، و چهارمحالی، حسن. (۱۳۹۶). شناسایی عوامل تأثیرگذار بر تصویر سازمانی، پژوهش های مدیریت انتظامی، ۱۲(۴): ۵۸۶-۵۶۷.
- یوسفی، سعید، و پایدارفرد، داود. (۱۳۹۷). بررسی عوامل مؤثر بر ایجاد تصویر ذهنی مثبت سازمانی در بین مشتریان شرکت آب و فاضلاب تبریز، پنجمین کنفرانس ملی پژوهش های کاربردی در مدیریت و حسابداری، تهران.
- Chepkemei, T. and Julius, O.(2020). Factors Influencing Dominant Corporate Image Held by the Internal and External Publics. *Journal of Human Resource and Leadership*, 4(4):1-28.
- Fabio, R., and Anderson, S. (2017). Corporate Image: Influencing Factors from the Viewpoint of Students of Distance Learning Courses. *Brazilian Business Review*, 14(1):110-132.
- Faisal, M. N., Banwet, D. K., and Shankar, R.(2006). Supply chain risk mitigation: modelling the enablers. *Business Process Management*, 12(4): 535-552.
- García J, Río-Rama, M, Oliveira, C and Durán,S.(2021). Structure of Relationships Between the University Organizational Image and Student Loyalty. *Front. Psychol.* 12(1):1-12.
- Obioma, O.(2019). A Three Dimensional Model of Corporate Image Configuration: Lesson for Managers. *Journal of Engineering and Technology*, 3(11):472-479.
- Patlán, P., and Martinez, T. (2017). Evaluation of the organizational image of a university in a higher education institution. *Contaduría y Administración*, 62(1), 123-140.
- Ruyam, K.(2017). The influence of Organizational Image on Academic Success for International Students. *International Journal of Higher Education*, 6(5):56-64.
- Swati, D. and Archana, S.(2019). Role of organizational image in employee engagement and performance. *Benchmarking: An International Journal*, 26(3):971-989.
- Warfield, J.(1974). Developing interconnected matrices in structural modelling, *IEEE transcript on systems. Men and Cybernetics*, 4(1): 51-81